

OSSERVATORIO LEGISLATIVO INTERREGIONALE

Roma, 30 marzo 2006

Relazione sul codice del consumo

A cura di:

Costantino Pugliese (C.R. Basilicata)

Con l'approvazione del codice del consumo, a norma dell'art. 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229, (legge di semplificazione per il 2001) con decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, è stato utilizzato conformemente la denominazione di "codice" in sostituzione dello strumento giuridico tipico, vale a dire il testo unico, nonostante che nella teoria generale del diritto l'espressione codice venga adoperata per indicare l'emanazione di una normazione organica per materia in caso di mutamento di regime politico e/o di profonde modificazioni costituzionali.

I termini di scadenza della delega, prorogati prima dall'art. 2 della legge 27 luglio 2004, n. 186, sono stati ulteriormente prorogati dall'art. 7 della legge 27 dicembre 2004, n. 306.

Tuttavia, era sorta l'esigenza di disporre di un testo di consolidazione delle diverse e specifiche normative finalizzate a tutelare il consumatore "contraente debole" nel rapporto contrattuale e nelle diverse fasi del contratto rispetto al "contraente organizzato", che il codice distingue all'art. 3, comma 1, lettera c) in "professionista", vale a dire persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale, ovvero un suo intermediario; lettera d) in "produttore", vale a dire, il fabbricante del bene o il fornitore del servizio , o un suo intermediario, nonché l'importatore del bene o del servizio nel territorio dell'Unione europea o qualsiasi altra persona fisica o giuridica che si presenta come produttore identificando il bene o il servizio con il proprio nome, marchio, o altro segno distintivo.

Lo stesso art. 3 nel definire il consumatore o utente nonché le relative associazioni specifica che per "prodotto" "deve intendersi qualsiasi prodotto destinato al consumatore, anche nell'ambito di una prestazione di servizi, fornito a titolo oneroso o gratuito nel quadro di un'attività commerciale, anche se nuovo, usato o rimesso a nuovo, ad esclusione dei prodotti usati, forniti come pezzi di antiquariato, o come prodotti da riparare o da rimettere a nuovo prima dell'utilizzazione, purché il fornitore ne informi per iscritto la persona cui fornisce il prodotto.

Definizione di prodotto sicuro

- Il prodotto deve essere **sicuro**, in base all'art. 103, nelle sue caratteristiche comprendenti:
- composizione;
- imballaggio;
- assemblaggio;
- installazione;
- manutenzione;
- per l'effetto del prodotto su altri prodotti;
- per la presentazione del prodotto, della sua etichettatura e per eventuali avvertenze, istruzioni o informazioni relative;
- per le categorie di consumatori a rischio quali minori o anziani.

Il prodotto privo di tali caratteristiche è **prodotto pericoloso**.

Inoltre, costituisce rischio grave qualunque rischio grave compreso quello i cui effetti non sono immediati, che richiede un intervento delle autorità pubbliche.

Il **produttore** viene identificato: nel fabbricante del prodotto stabilito nella Comunità e qualsiasi altra persona che si presenti come fabbricante apponendo sul prodotto il proprio nome, marchio, o altro segno distintivo, o colui che rimette a nuovo il prodotto; nel rappresentante del fabbricante se quest'ultimo non si è stabilito nella Comunità o, qualora non vi sia un rappresentante stabilito nella Comunità, l'importatore del prodotto; gli altri operatori professionali della catena di commercializzazione nella misura in cui la loro attività possa incidere sulle caratteristiche di sicurezza del prodotto;

Il **distributore** è qualsiasi operatore commerciale della catena di commercializzazione, la cui attività non incide sulle caratteristiche di sicurezza del prodotto;

Il **richiamo** consiste nelle misure dirette ad ottenere la restituzione di un prodotto pericoloso che il fabbricante o il distributore ha già fornito o reso disponibile ai consumatori;

Il **ritiro** è qualsiasi misura diretta ad impedire la distribuzione e l'esposizione di un prodotto pericoloso, nonché la sua offerta al consumatore.

Definizione di prodotto difettoso

Invece, il prodotto è difettoso, in base all'art. 117, quando non offre la sicurezza prevista:

per il modo in cui è stato messo in circolazione;

per l'uso cui può essere destinato il prodotto;

per il tempo in cui il prodotto è stato messo in circolazione.

Pubblicità ingannevole

L'art. 20 definisce pubblicità ingannevole qualsiasi pubblicità che in qualunque modo, compresa la sua presentazione sia idonea ad indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, a causa del suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il loro comportamento economico ovvero che, per questo motivo, sia idonea a ledere un concorrente.

Inoltre, nella parte III del codice, il titolo I è dedicato ai contratti del consumatore in generale, e gli articoli compresi dal 33 al 38 disciplinano le clausole vessatorie, definendole all'art. 33, comma 1, le clausole che, malgrado la buona fede, determinano a carico del consumatore un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto.

Fermo restando, che all'art. 38 si dispone un generale rinvio, sulla disciplina applicabile, per quanto non previsto dal codice del consumo, ai contratti conclusi tra il consumatore ed il professionista si applicano le disposizioni del codice civile.

Partizione del codice

Il codice del consumo si articola in sei parti ed in complessivi 146 articoli, con due allegati:

la parte I riguarda **disposizioni generali**;

la parte II **educazione, informazione, pubblicità**;

la parte III **il rapporto di consumo**;

la parte IV **sicurezza e qualità**;

la parte V **associazioni dei consumatori e accesso alla giustizia**;

la parte VI **disposizioni finali**.

La tecnica redazionale si è sostanziata in un riassetto normativo, *come espressamente disposto dall'art. 3, comma 1, lett. f)*, che tiene conto della normativa comunitaria e della relativa giurisprudenza, eliminando incoerenze tra le diverse regole derivanti da direttive comunitarie succedutesi nel tempo, ad esempio per quanto riguarda il difetto di coordinamento tra le differenti norme riguardanti il recesso dal contratto (articoli compresi dal 64 al 67) ed anche "legificando" norme che non avevano carattere di rango primario, è il caso degli articoli 107, commi 6,8 e 9, in materia di controlli e 136, comma 4, lett. h) seconda parte, sul Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti.

Materie e settori disciplinati dal codice

Numerose sono le materie ed i settori disciplinati dal codice:

ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, a livello comunitario, in materia di responsabilità per danno da prodotti difettosi;

- norme per l'informazione del consumatore;
- attuazione della direttiva per pubblicità ingannevole;
- testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia;
- viaggi, vacanze ed i circuiti del tutto compreso;
- clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori;
- multiproprietà;
- protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza;
- credito al consumo;
- protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi offerti ai medesimi;
- bonifici transfrontalieri;
- disciplina delle vendite sottocosto;
- provvedimenti inibitori a tutela degli interessi dei consumatori ;
- iscrizione nell'elenco delle Associazioni dei consumatori e degli utenti;
- aspetti della vendita e delle garanzie di consumo;
- sicurezza generale dei prodotti.

Distinzione delle competenze statali e regionali

Infine, l'art. 145 sulle competenze delle regioni e delle province autonome rende salve le disposizioni adottate dalle stesse nell'esercizio delle proprie competenze legislative in materia di educazione e informazione del consumatore.

Considerando che la disciplina del consumatore è finalizzata a garanzia " dei livelli essenziali delle prestazioni concernenti i diritti civili e sociali che devono essere garantiti su tutto il territorio nazionale" (art. 117, comma 2 , lett. m) Cost.) lo Stato conserva la potestà di legislazione esclusiva. Invece, le Regioni sulla scorta dell'originario art. 117 della Costituzione avevano solo competenza concorrente in materia di fiere e mercati, per cui le Regioni si sono limitate, a partire dagli anni settanta a finanziare le associazioni rappresentative dei consumatori.

La vigente formulazione dell'art. 117, comma 2, lett. l) della Costituzione enumerando nelle materie di competenza statale l'ordinamento civile, comprende tutte le materie disciplinate dal codice civile, tutti i settori riguardanti il diritto civile e commerciale, i diritti della persona e gli status dei consumatori e dei loro diritti fondamentali enunciati dalla legge n. 281/98.

In conclusione, le Regioni hanno funzione legislativa esclusiva soltanto in materia di educazione, formazione e informazione dei consumatori.

A tal proposito, risulta di particolare interesse l'allegato recentissimo decreto del 2 marzo 2006 (G.U. serie generale- n. 70 del 24 marzo 2006) sulle disposizioni per il finanziamento delle iniziative a vantaggio dei consumatori.